

LOS PLEITOS DEL SPANISH CHAMPAGNE



Una página poco divulgada, de la reciente historia de Peralada

Aunque desfavorables para la marca gerundense, sirvieron para afirmar la denominación de origen para los vinos españoles, en el mercado británico

Durante los tres procesos, 1958, 59 y 60, acapararon la atención de los comentaristas de las islas y sus fallos sentaron jurisprudencia sobre la materia

J. VICTOR GAY

En pocas ocasiones, como la que protagonizaron los vinos de Peralada, una causa ante los tribunales ingleses, con ausencia de personas físicas, ha despertado tanto interés y atención, no sólo de los medios informativos, sino de la opinión pública británica, y aun de más allá de las costas del Reino Unido.

Posiblemente muchos de nuestros lectores recordarán, los pleitos que los vinos espumosos de Peralada, sostuvieron frente a las reclamaciones de los champañistas franceses, y si en aquella ocasión los vinos españoles perdieron la batalla, ganaron la guerra para las denominaciones de origen que tanto han beneficiado a los vinos españoles, de otras regiones, para su introducción en el mercado inglés.

Es curioso señalar, que los pleitos eran tan importantes y a la vez complicados que ambas partes pagaron, a medias, fuertes seguros de vida para los distintos jueces, pues según la legislación británica, si el juez fallece durante el desarrollo de un proceso, este debe anularse y recomenzar con un nuevo juez, perdiéndose cuantos gastos se hubiesen hecho en la causa anterior. Fue para resarcirse de estas posibles pérdidas que se acordó el citado seguro.

Peralada, gran enemigo para los franceses

En la segunda década de los años cincuenta los vinos espumosos de Peralada iniciaron su introducción en el mercado de las Islas Británicas, con unas campañas publicitarias muy bien orientadas, y una promoción muy acorde con las orientaciones del público consumidor.

Por un recuerdo del ministerio británico de Comercio, se autorizó el etiquetaje de los vinos espumosos de Peralada, con las palabras «Spanish Champagne», con la única salvedad que ambas palabras debían aparecer destacadamente en la citada etiqueta, y que ambas debían tener el mismo tamaño y caracteres, aprobándose, por el mismo departamento ministerial, la etiqueta propuesta y que reproducimos junto a estas líneas.

Cabe señalar, que paralelamente al vino espumoso de Peralada, se vendían, en el mercado inglés, otros vinos de este tipo, procedentes de diversos países, incluida la Unión Soviética, y países de la Comunidad Británica de Naciones, sin que hasta entonces los exportadores franceses de vinos de la Champaña hubiesen puesto la menor objeción ni reclamación legal.

Fue precisamente el hacer demasiado bien las cosas, desde el punto de vista comercial, lo que despertó la atención de los franceses, cuando notaron que su mercado inglés, era pisado poco a poco, pero con eficacia, por los vinos de Peralada. Sólo entonces, se decidieron a atacar, por vía judicial, y únicamente a los vinos gerundenses, puesto que la primera denuncia fue contra Costa Brava Wine Co. Ltd. que era la firma que cuidaba en las islas, de la venta y distribución de los vinos de Peralada.

Tres pleitos

Los largos procesos, que como señalábamos al principio de estas líneas acapararon la atención del público británico, fueron tres, y se desarrollaron, sucesivamente, en 1958, 59 y 60, y aun podía haberse acudido, por parte española, a una apelación, a la que se renunció precisamente para favorecer la denominación de origen de los vinos españoles de otras regiones, por el acuerdo y consejo a que se llegó con la «Wine and Assotiation of Great Britain».

Sin duda el más espectacular de los pleitos, fue el primero, posiblemente por tratarse directamente de las sociedades francesas demandantes y sonoridad de sus títulos: «British Champagne Assotiation», de Inglaterra, y directamente desde Francia demandaron, el «Comité Inter-profesional du Vin de Champagne», domiciliado en Epernay, y el «Institut Français d'Appellations d'Origine des Vins et des eaux-de-vie», con domicilio en París.

A estos elementos ya de por sí espectaculares, se unió, el nombre de los abogados de ambas partes, que a sus títulos profesionales unían las siglas «Q. C.», que significan «Queens Consilier», es decir consejeros legales de la reina, el título profesional de máximo prestigio para un abogado británico. Fueron respectivamente, por la parte demandante, Geoffrey Lawrence y por la parte gerundense, Gerald Gardner.

La acusación sostuvo que los vinos espumosos de Peralada infringían la «Merchandise Marks. Act» de 1887, sobre uso y regulación de marcas en Gran Bretaña, según cuya tesis sólo podía venderse en las islas como «champagne», los vinos elaborados en la citada región francesa, con zumos procedentes de uvas criadas y crecidas en la propia Champaña.

La defensa argumentó, que las palabras «Spanish Champagne», no tenían nada de falso ni engañoso, por cuanto el cliente sabía en todo momento lo que adquiría, y añadía que la denominación «champaña» podía considerarse genérica.

Durante los seis días de proceso público desfilaron casi medio centenar de testigos, llamados por una y otra parte. El jurado (11 personas) deliberó durante tres cuartos de hora, y su veredicto fue negativo para Costa Brava Wine. La pérdida de aquel primer juicio y sus costas, supuso la respetable suma de 25 mil libras esterlinas.

La segunda demanda, fue a través de la jurisdicción civil, puesto que el pleito anterior fue por lo criminal, ante el tribunal número 1 de Old Bailey.

La demanda civil, estuvo capitaneada por la marca «J. Bollinger», aunque tras ella se alineaban, nada menos que otros ochenta nombres de champañistas galos. Como la anterior, iba dirigida únicamente contra los vinos de Peralada.

Este nuevo proceso, desarrollado en noviembre de 1959, justamente un año más tarde que el criminal, fue seguido aun con mayor atención

que el anterior, por cuanto los nombres de las marcas francesas eran suficientemente sonados para provocar esta general curiosidad. Y por otra parte, Peralada se había convertido ya en una palabra corriente para los ingleses.

El fallo fue sorprendente, pues el juez, mister Danckwert, dijo que a su entender los vinos denominados «Spanish champagne» no atentaban contra la vigente legislación británica, aunque autorizaba a la parte demandante a apelar su propio fallo, cosa que hicieron los champañistas franceses.

Pasó más de un año antes de que la nueva causa se convirtiese en audiencia pública ante la Alta Corte de Justicia. Si las anteriores causas habían despertado el interés de amplios sectores del público británico, aquél, ante la más alta corte del país, acaparó las primeras páginas de la prensa del país, y llamó la atención de los comentaristas extranjeros, que trataron a través de reportajes y editoriales el tema.

Dos nuevos ases del foro británico, asimismo consejeros legales de la corona, se hicieron cargo del caso. Por parte francesa, se eligió a Geoffrey Lawrence, como en el primer pleito, mientras que la postura de los vinos de Peralada estuvo defendida por sir Adwar Milner Holand.

Diez días se reservó el juez para determinar su fallo, lo que prueba, los pros y contras que fueron expuestos durante este tercer pleito, que finalmente terminó de forma bastante desfavorable para los intereses de Peralada, aunque todavía se le podía apelar. Las costas supusieron 30 mil libras que hubo de satisfacer la firma española.

Peralada en el mercado británico

Pese a tan cuantiosos gastos, lo cierto es que los vinos de Peralada, y especialmente sus variedades espumosos, siguen en el mercado británico con justa fama, y posiblemente aquellos pleitos fueron una excelente campaña promocional, como no se habría logrado, a través de la publicidad clásica, en los medios de comunicación social.

Vale decir, que aquella situación marcó un camino que otros vinos españoles aprovecharon posteriormente para defender sus intereses en el mercado inglés, pleitos que se basaron en la jurisprudencia creada por el del «Spanish Champagne» de Peralada.

Digamos también, que únicamente la presencia en el mercado inglés, de los vinos gerundenses, despertó la inquietud de los productores franceses, que si habían permanecido quietos e indiferentes ante la presencia de caldos de otras procedencias, se sintieron mucho más inquietos cuando lo hicieron los vinos espumosos de Peralada, ante el interés que los consumidores británicos demostraron hacia un producto que podía competir, es decir cercenar un mercado, hasta entonces poco menos que en exclusiva, para los productos del vecino país. Un capítulo curioso e importante en la reciente historia de Peralada.